**ZDH: Imagekampagne und Sommer der Berufsbildung**

Handwerksbetriebe ringen engagiert um jeden Jugendlichen, den sie für eine Ausbildung begeistern
können. Rückendeckung bekommen sie dabei in diesem Sommer von Maßnahmen der Imagekampagne
des deutschen Handwerks und durch den „Sommer der Berufsbildung“, den die Partner der "Allianz für
Aus- und Weiterbildung" zum zweiten Mal ausrufen.
Ziel der Kampagnenmaßnahmen als auch des Sommers der Berufsbildung ist es, den Stellenwert der
beruflichen Ausbildung und die Gleichwertigkeit von Studium und Ausbildung in den Köpfen zu
verankern. Es ist #ZeitzumUmdenken, bringt die Kampagne das Vorhaben auf den Punkt.
Junge Menschen direkt erreichen: Mit unterschiedlichen Maßnahmen richtet sich die Kampagne dazu
in diesen Wochen direkt an junge Menschen – und zwar dort, wo sie sich ohnehin häufig aufhalten, im
Internet und den sozialen Medien. Unterhaltsame Tiervideos wecken auf TikTok und Instagram die
Neugier auf das Handwerk, die mit weiterführenden Berufsinformationen auf handwerk.de gestillt
werden kann. Tieferen authentischen Einblick in die Ausbildung und die Karrieremöglichkeiten im
Handwerk bieten ergänzend dazu kurze Film-Dokus mit sogenannten Berufsinsidern.
Botschaften an Eltern, Lehrerinnen und Lehrer: Weiterhin sind es oftmals Eltern und Lehrer, die
Vorbehalte gegen eine handwerkliche Ausbildung haben und Kinder lieber in Richtung eines Studiums
lenken. Daher wendet sich die Kampagne mit ergänzenden Maßnahmen gezielt auch an diese
Zielgruppen. Am 15. Juni startete dazu der Podcast „Wer macht morgen? Warum wir für die Zukunft
umdenken müssen.“ In diesem diskutiert Moderatorin Anna Planken (bekannt aus dem ARD-
Morgenmagazin) mit prominenten Gästen aus Politik, Wissenschaft, Handwerk und öffentlichem Leben,
warum sich ein Start im Handwerk für junge Menschen lohnt und wie Kinder und Jugendliche dabei
unterstützt werden können, einen Beruf zu ergreifen, der zu ihnen passt.
Die erste Folge von „Wer macht morgen?“ ist ab sofort auf handwerk.de, zeit.de und allen gängigen
Podcast-Plattformen, u. a. auf Spotify, verfügbar. Nach dem Auftakt werden im Zwei-Wochen-Rhythmus
vorerst sieben weitere Folgen mit einer Länge von jeweils 20 bis 30 Minuten publiziert.